

Sistem *Digital Experience* Sebagai Media Marketing *Offline* Pada Toko *Retail Fashion*

Muhamad Baydhowi ^{1,*}

¹ Sistem Informasi; Universitas Bina Insani; Jl. Siliwangi No. 6 Rawa Panjang, Bekasi Barat, Telp 02188958130; e-mail: muhamadbaydhowi@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: muhamadbaydhowi@gmail.com

Diterima: 1 Desember 2020; Review: 9 Desember 2020; Disetujui: 16 Desember 2020

Cara sitasi: Baydhowi M. 2020. Sistem *Digital Experience* Sebagai Media Marketing *Offline* Pada Toko *Retail Fashion*. Information System for Educators and Professionals. Vol 5 (1): 81 – 90.

Abstrak: Tren bisnis online meningkat dengan pesat, ini disebabkan karena banyaknya kemudahan yang didapat dengan melakukan usaha menggunakan bisnis online, Sehingga banyak orang awan ataupun pelaku usaha melirik atau mempunyai niat untuk membangun bisnis online. Langkah awal untuk membangun sebuah bisnis online adalah mempunyai toko online terlebih dahulu, salah-satu pilihan yang banyak digunakan oleh mereka yang ingin membuat toko online adalah dengan menggunakan platforme-commerce [10]. Namun dalam industri retail peranan toko offline masih memegang peran yang cukup signifikan terutama dibidang retail *fashion* dikarenakan *customer* masih perlu melakukan interaksi secara langsung terhadap produk yang ingin dibeli untuk mengetahui kualitas produk tersebut. Dalam meningkatkan penjualan produk berbagai cara marketing dilakukan baik itu marketing secara konvensional maupun non konvensional. Setiap perusahaan berlomba-lomba melakukan hal yang kreatif untuk proses marketingnya agar bisa menarik *customer* dan melakukan transaksi pembelian produk. Salah satunya adalah menerapkan marketing digital pada toko *offline* untuk memberikan pengalaman yang berbeda kepada *customer*. Melalui langkah tersebut diharapkan menjadi daya tarik tersendiri terhadap toko *offline* yang terkesan konvensional menjadi lebih *modern*, contohnya adalah pembuatan sistem *Digital Experience* yang ditampilkan pada *LCD screen* di toko *offline* sehingga bisa memberikan interaksi tersendiri kepada *customer* yang mengunjungi toko *offline*. Tujuan dari penelitian ini berdasarkan permasalahan tersebut adalah untuk merancang sebuah sistem *Digital Experience* yang dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam menambah alternatif marketing yang bisa digunakan pada toko *offline*. Dalam penelitian ini metode pengembangan sistem pada sistem informasi yang akan dibangun peneliti menggunakan model *waterfall* dan bahasa pemrograman php dan reactjs.

Kata kunci: *customer*, *digital experience*, *offline*, marketing, produk

Abstract: Online business trends are increasing rapidly, this is due to the many conveniences obtained by doing business using an online business, so that many cloud people or business people glance at or have the intention to build an online business. The first step to building an online business is to have an online store first, one option that is widely used by those who want to create an online store is to use an e-commerce platform [10]. However, in the retail industry the role of offline stores still plays a significant role, especially in the retail fashion sector, because customers still need to interact directly with the products they want to buy to find out the quality of these products. In increasing product sales, various marketing methods are used, both conventional and non-conventional marketing. Each company is competing to do creative things in the marketing process in order to attract customers and make product purchase transactions. One of them is implementing digital marketing in offline stores to provide a different experience to customers. Through this step, it is hoped that it will become a special attraction for offline stores that seem conventional to become more modern, for example, is the creation of a *Digital Experience* system that is displayed on the *LCD screen* in offline stores so that it can provide separate interactions to customers who visit offline stores. The purpose of this study based on

these problems is to design a Digital Experience system that can overcome the problems faced in adding marketing alternatives that can be used in offline stores. In this study, the system development method for the information system that the researcher will build uses the waterfall model and the PHP and ReactJs programming languages.

Keywords: *customer, digital experience, offline, marketing, product.*

1. Pendahuluan

Pada bidang bisnis, penggunaan sistem informasi yang merupakan hasil pengembangan dari sumber daya teknologi informasi [1] sangatlah diperlukan untuk meningkatkan pelayanan terhadap *customer* khususnya dalam proses *marketing* baik secara *online* maupun secara *offline*, hal tersebut dikarenakan proses marketing yang baik, efektif serta efisien dapat memberikan profit [2] pada perusahaan yang telah menerapkan sistem informasi dalam proses kegiatannya.

Pada toko retail offline, tentunya memerlukan langkah-langkah tersendiri dari sisi marketing untuk meningkatkan profitnya. Toko dituntut untuk memberikan metode marketing yang berbeda dan unik agar bisa menarik perhatian *customer*. Hal tersebut memerlukan perlakuan yang berbeda dari proses marketing konvensional.

Oleh karena itu, penerapan sebuah sistem informasi menjadi sebuah alternatif solusi agar proses marketing menjadi lebih bagus, optimal dan terorganisir dengan baik sehingga bisa meningkatkan transaksi penjualan pada toko *offline*.

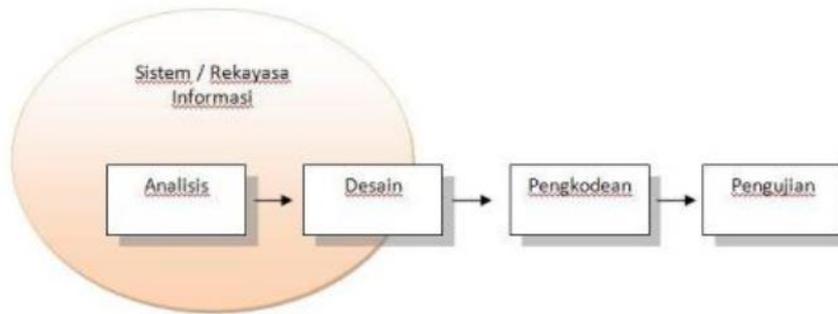
Sistem informasi merupakan sebuah sistem dengan fungsi yang dimilikinya adalah untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisa hingga menyebarkan informasi untuk tujuan yang spesifik [3].

Berdasarkan hal tersebut maka dalam kegiatan marketing pada toko *retail offline* peneliti mengusulkan untuk diterapkan sebuah sistem informasi dimana dalam penelitian ini sistem informasi yang diusulkan adalah sebuah sistem *Digital Experience* berbasis *website* agar kegiatan marketing pada toko *retail offline* menjadi lebih optimal dan terorganisir dengan baik. Sistem informasi berbasis *website* dapat didefinisikan sebagai sebuah sistem aplikasi yang dapat digunakan dalam penyebaran informasi dengan bantuan layanan internet [2].

Perancangan sistem *Digital Experience* pada toko *retail offline* peneliti menggunakan model waterfall dalam pengembangan sistem dan dengan bantuan bahasa pemrograman php dan reactjs yang digunakan dalam perancangan sistem informasi serta pada perancangan sistem peneliti menggunakan *tools* diagram UML dan ERD sebagai *tools* dalam desain database sistem informasi yang akan dibuat.

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan pada proses pengumpulan data yaitu a) **Observasi**, pada metode ini peneliti melakukan pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap objek penelitian secara langsung terkait dengan marketing offline pada toko *retail fashion*. b) **Wawancara**, pada metode ini peneliti melakukan pengumpulan data melalui dengan cara kegiatan wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer yang belum diperoleh pada saat observasi dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada tim Marketing serta *Sales Operation* untuk mendapatkan data-data guna menunjang data *output* yang telah ada. c) **Studi Pustaka**, pada metode ini dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan informasi dan teori yang bersumber dari referensi buku-buku dan literature yang terkait dengan ruang lingkup penelitian ini. Adapun metode dalam pengembangan sistem pada penelitian ini dengan menggunakan model *waterfall*. Model *waterfall* merupakan sebuah model yang bersifat terstruktur dan berurut dalam pengembangan sistem [4]. Adapun dalam metode *waterfall* menurut sukamto dan shalahudin terdiri dari beberapa tahap Analisis, desain, pengkodean dan pengujian [5], yang dapat dilihat dalam gambar 1.



Sumber : Adewijaya dan Rofiah (2019)

Gambar 1. Model *Waterfall*

Tahapan dalam metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut: a) **Analisa**, pada tahap ini merupakan analisa dari kebutuhan sistem yang sesuai dan dibutuhkan dalam perancangan sistem *Digital Experience* yang meliputi pengolahan data promosi, data produk, serta data tips dan trik. b) **Desain**, tahap desain dalam penelitian ini merupakan tahapan desain sistem yang akan dibuat dengan menggunakan *tools-tools* yang peneliti gunakan antara lain dalam desain *database* dalam sistem informasi yang akan dibangun dengan menggunakan *tools* diagram ERD (*Entity Relationship Diagram*) dapat didefinisikan sebagai sebuah diagram untuk merancang relasi antara entitas yang memiliki sejumlah atribut dengan entitas lain untuk memodelkan data dalam basis data [6], adapun dalam desain sistem digunakan beberapa *tools* meliputi diagram use case yang digunakan untuk menggambarkan relasi antara sistem dengan user sesuai dengan analisa kebutuhan sistem yang dibutuhkan [3], activity diagram digunakan untuk menggambarkan proses bisnis dalam sistem secara urut [2], *Sequence* diagram merupakan sebuah *tools* diagram digunakan untuk menggambarkan scenario yang dilakukan sebagai respons sebuah event untuk menghasilkan sebuah output dengan menampilkan interaksi antar objek pada sistem dalam bentuk message yang diatur berdasarkan waktu [7]. c) **Pengkodean**, setelah dilakukan tahap analisa terhadap kebutuhan sistem dan desain, selanjutnya dalam model *waterfall* adalah tahap pengkodean, yang dilakukan dengan mentranslasikan hasil analisa kebutuhan sistem dan desain dalam bentuk bahasa pemrograman, dalam penelitian ini digunakan bahasa pemrograman php merupakan bahasa pemrograman yang perintah dilakukan di sisi *server* kemudian hasilnya ditampilkan pada *browser client* dengan menggunakan bahasa *reactjs* dan bahasa pemrograman php ini merupakan salah satu bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi berbasis *website* [8]. d) **Testing**, dalam tahap testing ini merupakan tahap pengujian terhadap sistem informasi yang dibangun dari sisi logika dan fungsional sistem informasi yang dirancang apakah sudah sesuai dengan kebutuhan sistem, pada tahap testing ini peneliti menggunakan metode *blackbox testing*, metode *blackbox testing* ini merupakan sebuah salah satu metode pengujian yang mempunyai fokus terhadap spesifikasi fungsional dalam sebuah perangkat lunak dengan cara melakukan pengujian terhadap spesifikasi fungsional sebuah perangkat lunak [9]. e) **Hasil**, hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah sebuah sistem *Digital Experience* yang diharapkan dapat dapat membantu proses marketing pada toko *offline* perusahaan *retail fashion*.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam hasil dan pembahasan pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap anatara lain analisa kebutuhan sistem, desain, implementasi dan pengujian. Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, di lakukan mulai dari analisa kebutuhan sistem sampai dengan hasil yang diperoleh.

Analisa Kebutuhan Sistem

Pada tahap ini merupakan analisa kebutuhan terhadap sistem yang akan dibutuhkan pada sistem *Digital Experience* secara garis besar terbagi menjadi beberapa bagian **Pertama**, halaman admin dimana pada halaman ini user dapat menambahkan promosi terbaru serta membuat materi promosinya seperti foto, video dan game. **Kedua**, halaman produk dimana pada

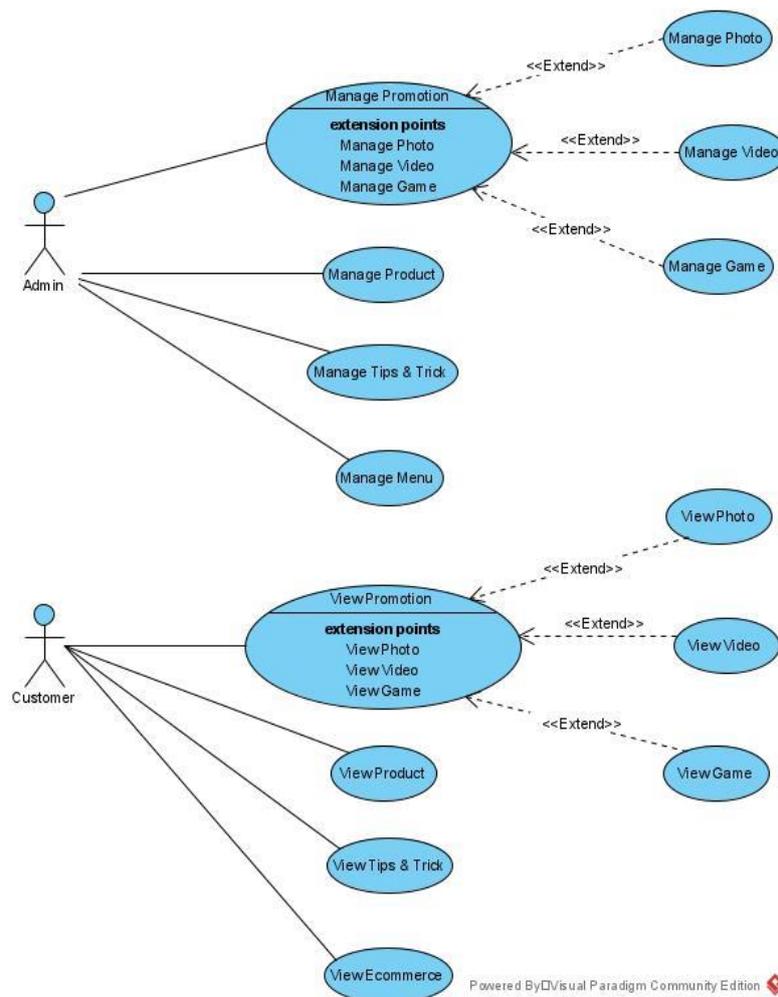
halaman ini user dapat menambahkan data produk yang menjadi daya tarik penjualan, biasanya produk terbaru maupun produk utama. **Ketiga**, halaman tips dan trik dimana pada halaman ini user dapat menambahkan informasi yang bermanfaat agar *customer* bisa membaca informasi tersebut pada *Digital Experience*. **Keempat**, halaman ecommerce dimana pada halaman ini customer bisa melihat *website ecommerce* milik toko *offline* tersebut dan melihat katalog yang berbeda dengan toko *offline*.

Desain

Tahap selanjutnya setelah tahap analisa kebutuhan adalah desain. Pada penelitian ini tahapan desain sistem informasi yang peneliti usulkan dengan menggunakan beberapa tools antara lain tools untuk menggambarkan rancangan sistem informasi usulan use case diagram, activity diagram, *Sequence* diagram, dan untuk menggambarkan rancangan sistem basis data dalam penelitian ini menggunakan ER Diagram.

Diagram use case dalam penelitian ini digunakan menggambarkan bagaimana tata cara user berkomunikasi dengan sistem dan secara garis besar use case ini menggambarkan proses yang diharapkan akan berjalan dan dalam penelitian ini ada beberapa proses yang termasuk di dalamnya, diantaranya proses mengatur promosi yang bisa berupa foto, video maupun game, mengatur data produk, mengatur data tips dan trik yang bermanfaat untuk customer yang bisa membantu proses marketing di lapangan.

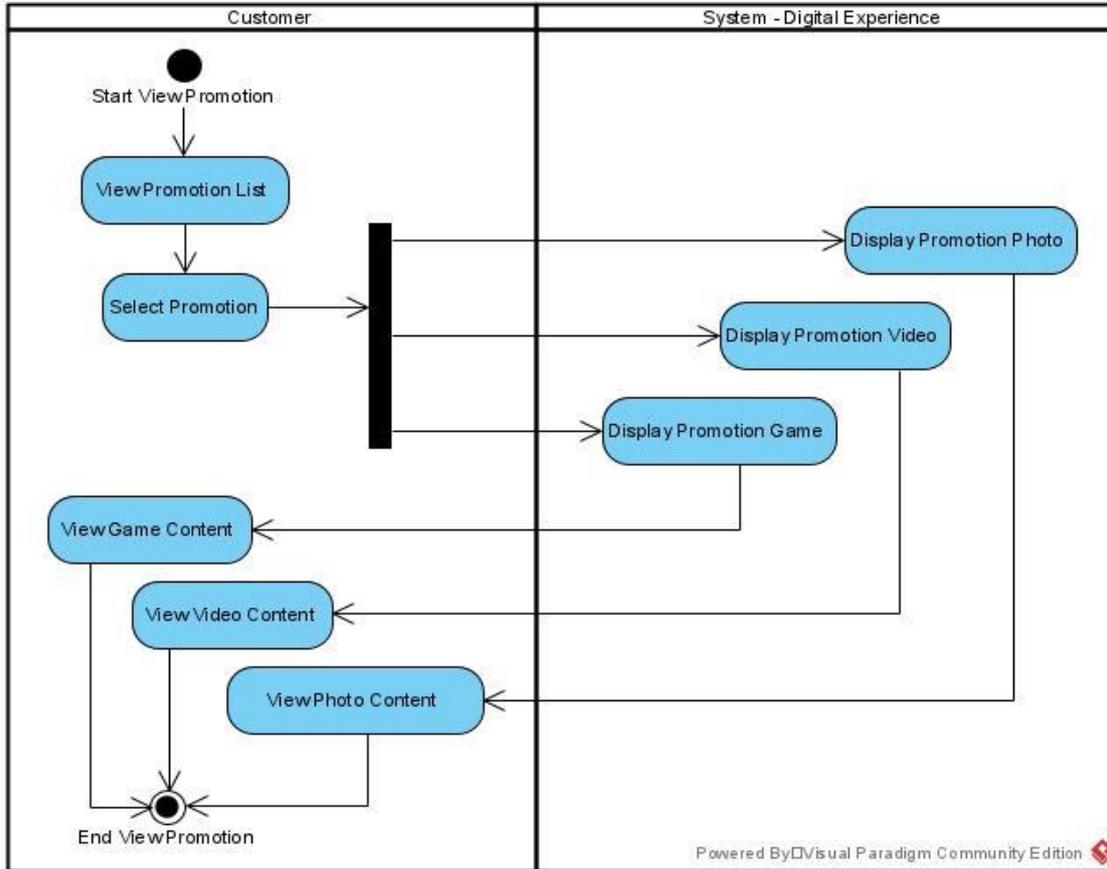
Berikut diagram use case pada sistem *Digital Experience*, sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Gambar 2. Use Case Diagram

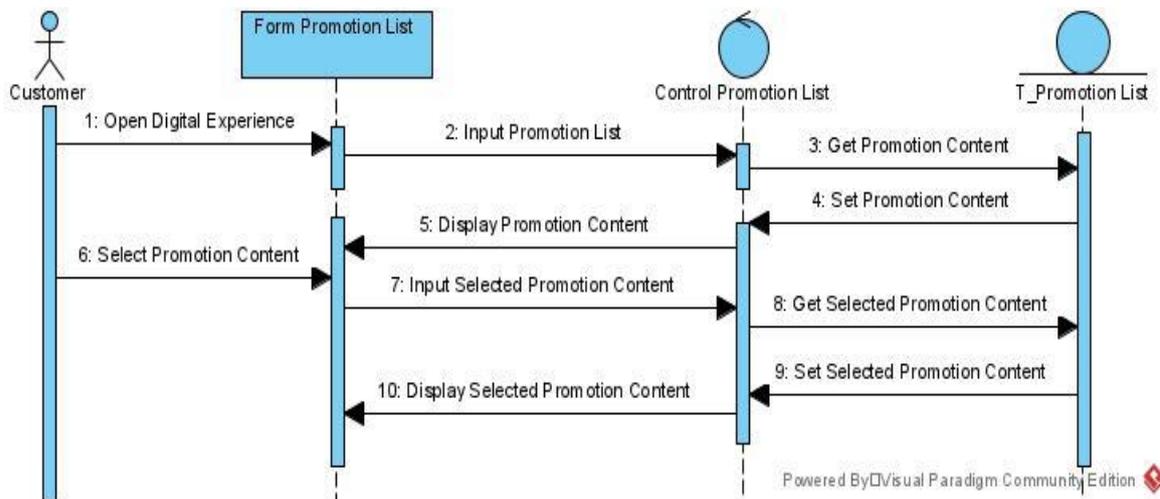
Berikut pada gambar 3 dibawah ini adalah desain dengan menggunakan *activity* diagram pada sistem *Digital Experience* yang peneliti rancang dan usulkan, dimana dalam diagram *activity* ini digunakan untuk menggambarkan interaksi antar aktor dengan sistem informasi.



Sumber: Hasil Penelitian (2020)

Gambar 3. Activity Diagram

Pada gambar 4 dibawah ini merupakan diagram *Sequence* dari sistem *Digital Experience* yang peneliti usulkan, dimana dalam diagram *Sequence* ini digunakan untuk menggambarkan interaksi antar objek pada sistem dalam bentuk message.



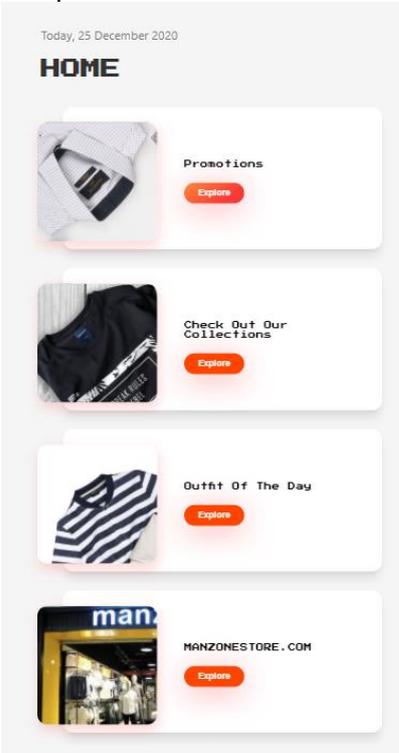
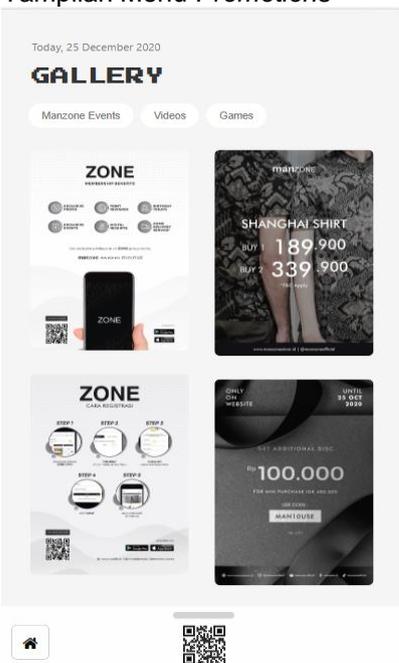
Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Gambar 4. Sequence Diagram View Promotion

Implementasi

Berikut pada Tabel 1 dibawah ini merupakan tampilan *form* menu pada sistem *Digital Experience* yang dapat diakses oleh *customer* beserta penjelasan dari masing-masing menu tersebut.

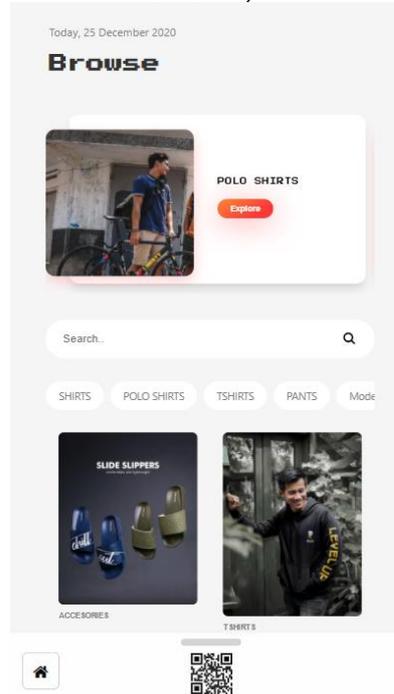
Tabel 1. Form Menu Sistem *Digital Experience*

Form Menu	Penjelasan
<p>Tampilan Menu Utama</p> 	<p>Pada tampilan menu utama terdapat beberapa menu yang bisa diakses oleh <i>customer</i>. Beberapa menu yang ada pada menu utama, diantaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Promotions</i>, pada menu ini <i>customer</i> bisa melihat berbagai macam poster serta foto promosi yang sedang berjalan, video penjelasan produk yang sedang dipromosikan serta game-game menarik yang dibuat oleh tim marketing yang bisa dimainkan oleh <i>customer</i> pada sistem. 2. <i>Products (Check Out Our Collections)</i>, pada menu ini <i>customer</i> bisa melihat produk-produk terbaru yang sedang direkomendasikan oleh tim marketing sesuai dengan <i>season</i> yang ada. 3. <i>Tips & Trik (Outfit Of the Day)</i>, pada menu ini <i>customer</i> bisa melihat rekomendasi <i>style fashion</i> yang bisa digunakan dalam berpakaian dan rekomendasi produk-produk yang sesuai dengan gaya kekinian. 4. <i>manzonestore.com</i>, pada menu ini <i>customer</i> bisa melihat <i>website ecommerce</i> yang dimiliki oleh toko pada <i>LCD Screen</i>.
<p>Tampilan Menu <i>Promotions</i></p> 	<p>Tampilan menu <i>promotions</i> terbagi menjadi 3 bagian diantaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Foto & poster (<i>Manzone Events</i>), berisi materi foto-foto dan poster-poster promo marketing dan produk yang dibuat semenarik mungkin dengan harapan informasi yang disampaikan sampai ke <i>customer</i>. 2. <i>Videos</i>, berisi video-video marketing bisa berupa video penjelasan produk, promo serta <i>campaign</i> yang sedang dilakukan. 3. <i>Games</i>, berisi game-game yang bisa dimainkan <i>customer</i> dan berisi hadiah yang menarik jika sedang ada promo yang berjalan.

Form Menu

Penjelasan

Tampilan Menu *Products (Check Out Our Collections)*

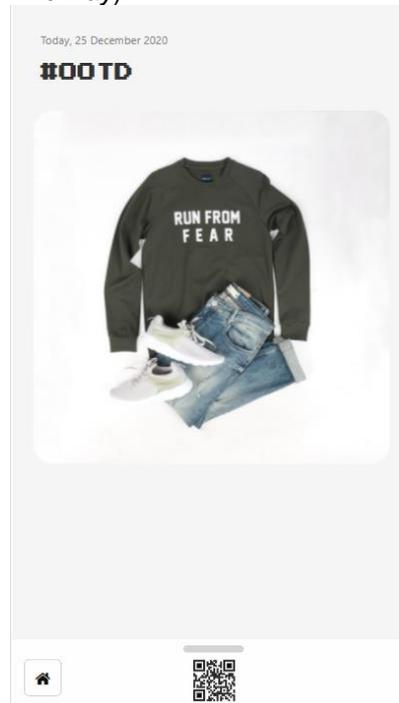


Tampilan menu *products (check out our collections)* berisi berbagai macam informasi produk unggulan yang sedang di *highlight*. Disini *customer* bisa mencari tau terlebih dahulu lebih detail mengenai informasi produk tersebut sebelum membeli.

Customer juga bisa melakukan pencarian terhadap produk tertentu dengan mengetikkan keyword yang sesuai. *Customer* juga bisa melakukan pencarian berdasarkan kategori produk yang ada tanpa perlu mengetahui nama produk terlebih dahulu.

Customer bisa melihat penjelasan lebih detail dengan mengklik salah satu foto yang ditampilkan sehingga sistem akan menampilkan informasi lebih lengkap dari foto tersebut.

Tampilan Menu Tips & Trik (*Outfit of The Day*)



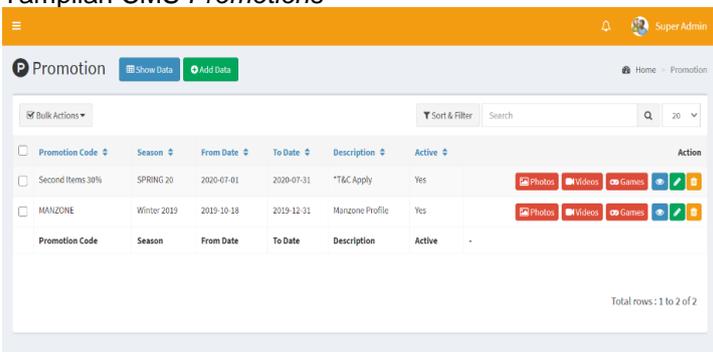
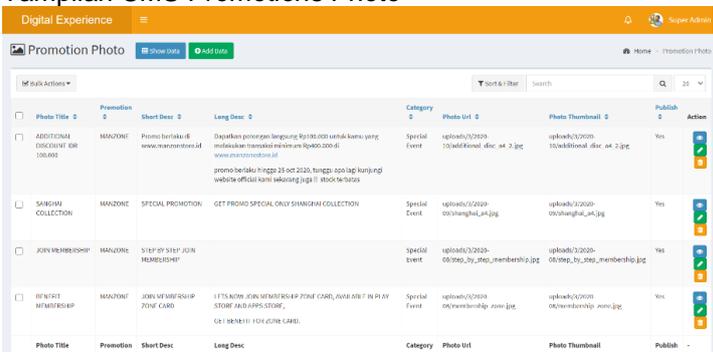
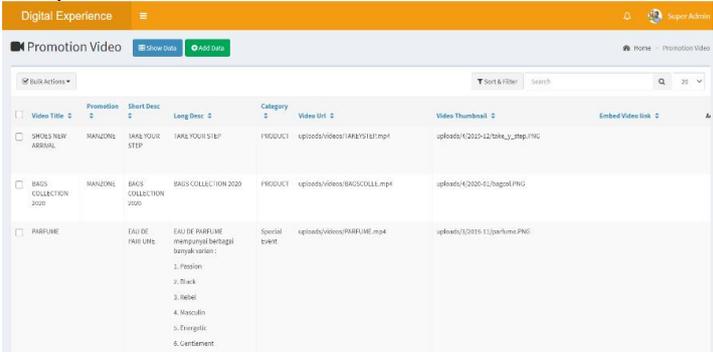
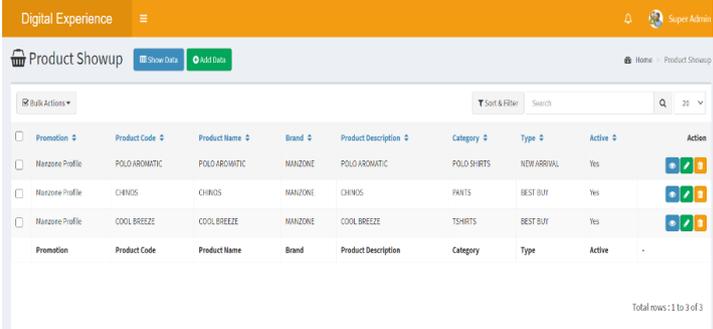
Tampilan menu Tips & Trik (*outfit of the day*) berisi informasi rekomendasi *style fashion* yang bisa digunakan sehari-sehari oleh *customer*. Disini *customer* mendapat rekomendasi perpaduan produk yang menarik dan tentunya sesuai dengan gaya kekinian.

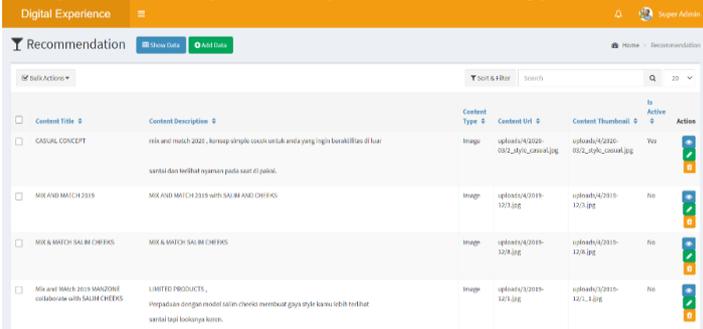
Dengan info ini, *customer* jadi mendapatkan informasi yang berguna dalam menentukan produk apa yang akan dibeli dan sesuai dengan gaya yang diinginkan.

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berikut pada Tabel 2 dibawah ini merupakan tampilan dimana admin *content management system* dapat mengatur *content* yang di ditampilkan dan dilihat customer pada sistem *Digital Experience*.

Tabel 2. Form Menu *Content Management System* Sistem *Digital Experience*

Form Menu CMS	Penjelasan
<p>Tampilan CMS <i>Promotions</i></p> 	<p>Pada tampilan menu cms <i>promotions</i>, admin bisa menambahkan promosi terbaru yang akan dijalankan di toko dan akan ditampilkan pada sistem <i>Digital Experience</i>.</p>
<p>Tampilan CMS <i>Promotions Photo</i></p> 	<p>Pada tampilan menu cms <i>promotions photo</i>, admin bisa menambahkan foto promosi terbaru yang akan dijalankan di toko dan akan ditampilkan pada sistem <i>Digital Experience</i> sesuai dengan promosi yang dipilih.</p>
<p>Tampilan CMS <i>Promotions Videos</i></p> 	<p>Pada tampilan menu cms <i>promotions videos</i>, admin bisa menambahkan video promosi terbaru yang akan dijalankan di toko dan akan ditampilkan pada sistem <i>Digital Experience</i> sesuai dengan promosi yang dipilih.</p>
<p>Tampilan CMS <i>Products</i></p> 	<p>Pada tampilan menu cms <i>products</i>, admin bisa menambahkan produk terbaru yang menjadi produk unggulan atau produk terbaik beserta penjelasan detailnya dan akan ditampilkan pada sistem <i>Digital Experience</i>.</p>

Form Menu CMS	Penjelasan
<p>Tampilan CMS Tips & Trik (<i>Outfit Of The Day</i>)</p> 	<p>Pada tampilan menu cms Tips & Trik (<i>Outfit Of The Day</i>), admin bisa menambahkan artikel-artikel yang bisa bermanfaat untuk <i>customer</i>, bisa berupa rekomendasi produk, <i>style fashion</i> terkini dan sebagainya dan akan ditampilkan pada sistem <i>Digital Experience</i>.</p>

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Pengujian

Pada tahapan pengujian terhadap sistem informasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode blackbox testing, dimana dalam tahapan pengujian ini digunakan terhadap form menu dalam sistem apakah dapat berjalan sesuai dengan rancangan yang dibuat sebelumnya.

Tabel 3. Hasil Pengujian Blackbox Testing *Form Promotions & Products*

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil pengujian	Kesimpulan
1	User memilih salah satu menu pada menu utama	Menu: <i>Promotions</i>	Sistem akan menampilkan daftar promosi yang sedang aktif	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
2	User memilih salah satu foto dari promosi yang dipilih	Promosi: <i>Membership</i>	Sistem akan menampilkan foto terkait promosi membership	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
3	User memilih salah satu video dari promosi dan mencoba menjalankannya	Promosi: <i>Membership</i>	Sistem akan menampilkan dan menjalankan video terkait promo membership	Sesuai harapan	<i>Valid</i>
4	User memilih salah satu menu pada menu utama dan melakukan filter untuk pencarian data	Menu: <i>Products</i>	Sistem akan menampilkan data produk sesuai dengan keyword yang diketikkan untuk pencarian data	Sesuai harapan	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti ini menghasilkan sebuah sistem *Digital Experience* yang ditampilkan pada *LCD screen* yang ada di toko *offline* dengan konten manajemen yang terpusat pada *content management system* secara *online*, dengan adanya sistem ini dapat menjadi solusi alternatif untuk proses marketing yang berbeda dengan metode konvensional yang ada dan diharapkan bisa meningkatkan transaksi penjualan serta bisa memberikan pengalaman yang baru bagi *customer* ketika berada di toko *offline*.

Referensi

- [1] S. Aswati, M. S. Ramadhan, A. U. Firmansyah, dan K. Anwar, "Studi Analisis Model Rapid Application Development Dalam Pengembangan Sistem Informasi," *Jurnal Matrik*, vol. 16, no. 2, hal. 20–27, 2017.
- [2] W. Apriliah, "Metode Waterfall Pada Sistem Informasi Penjualan Truliving PT Duta Laserindo Metal Cikarang," *Information System For Educators And Professionals.*, vol. 3,

- no. 2, hal. 153–162, 2019.
- [3] S. Alfarizi, A. R. Mulyawan, dan H. Basri, “Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Pemanfaatan Uml (Unified Modelling Language) Pada Cv Harum Catering Karawang,” *Indonesian Journal On Networking And Security*, vol. 7, no. 4, hal. 27–31, 2018.
- [4] I. Sholikhah, M. Sairan, dan N. O. Syamsiah, “Aplikasi Pembelian Dan Penjualan Barang Dagang Pada Cv Gemilang Muliatama Cikarang,” *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI*, vol. Volume (II, no. no1, hal. 16–23, 2017.
- [5] H. Adewijaya dan S. Rofiah, “Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Website Pada PT Kallista Prima Bekasi,” *Informatics For Educators And Professionals*, vol. 4, no. 1, hal. 53–62, 2019.
- [6] W. Apriliah, R. Ningsih, N. Ariyanti, dan T. Haryati, “Rancang Bangun Sistem Informasi Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada PT. Rhadogel Gums Internasional Bekasi,” *Jurnal INKOFAR*, vol. Volume (1), no. 2, hal. 29–39, 2018.
- [7] V. S. Rahmadani, I. K. Raharjana, dan T. Taufik, “Penerapan Reverse Engineering Dalam Penentuan Pola Interaksi *Sequence Diagram* Pada Sampel Aplikasi Android,” *Journal Of Information Sysems Engineering And Business Intelligence*, vol. 1, no. 1, hal. 25, 2015.
- [8] Haviluddin, A. T. Haryono, dan D. Rahmawati, *Aplikasi program php dan Mysql*, vol. 53, no. 9. Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.
- [9] T. Hidayat dan M. Muttaqin, “Pengujian Sistem Informasi Pendaftaran dan Pembayaran Wisuda Online menggunakan Black Box Testing dengan Metode Equivalence Partitioning dan Boundary Value Analysis,” *Jurnal Teknik Informatika. UNIS JUTIS*, vol. 6, no. 1, hal. 2252–5351, 2018.
- [10] Hartini S. 2020. Metode *Analytical Hiearchy Process* Pada Pemilihan *Platform Website E-Commerce* Terbaik Untuk Membangun Toko *Online*. *Information System for Educators and Professionals*. 4 (2): 134 – 143.